현불논단

“웃어야 웃을 일이 생긴다”



이화행 교수
동명대
미디어커뮤니케이션학과

:-) 기호, 웃음을 표현한 ‘이모티콘’
표현 수단, 언어보다 비언어가 높아
웃음, 기쁨과 보이는 무의적인 표현

“어른의 웃음, 하루 15회 불과” 연구
온라인 소통인해 웃음 잃을 환경 노출
웃음은 육체 · 정신적 중요 소통 수단
웃음이란 비언어 커뮤니케이션 되찾길

웃음의 의미를 담고 있는 스마일리(smiley)는 기네스북에 등재된 ‘최초의 디지털 이모티콘’의 별칭이다. 웹이 등장하기 10여 년 전인 1982년, 미국 카네기멜론대학의 컴퓨터공학자 스콧 팔만은 학내 게시판에 세 개의 구두점으로 구성한 :-) 기호를 제시하고, 이를 웃는 상태를 표현할 때 사용할 것을 제안한다. 이모티콘이 웃는 얼굴 표정을 표현하기 때문에 붙여진 별칭이 ‘스마일리’이다.

웃음을 포함한 표정, 몸짓, 신체적 접촉과 같은 표현 수단을 통한 소통 행위를 커뮤니케이션학에서 ‘비언어 커뮤니케이션’이라고 한다. 언어가 인간 소통의 지배적인 수단일 것이라고 생각한다면 고정관념일 수 있다. 인간 커뮤니케이션에 대한 연구에 따르면 표현 수단으로서 비언어가 차지하는 비율이 65%로 언어보다 높으며, 비언어가 의미 전달의 93%를 차지한다.

인터넷 초기에 문자 기반의 의사소통이 주를 이룬 가운데, 비언어적 요소를 통해 사람의 감정을 표현하고 커뮤니케이션의 효율을 높이려는 고민의 산물이 ‘이모티콘’이다. 정보전달에 효과적인 언어와는 달리 비언어적 요소는 느낌과 감정을 전달하는 데 효과적이다. 특히 웃음은 기쁨과 만족감을 드러내는 자연스러운 표현 수단으로서, “전달력이 강하며, 무의식적으로 일어나는 커뮤니케이션 형식”이다.

웃음에 대한 한 연구에 따르면 아이가 하루에 400회를 웃는 데 반해 성인의 하루 웃음 횟수는 15회에 불과하다. 성인이 되기까지 사회화 과정에서 소음유발 우려나 예의범절을 이유로 웃음을 자제시키는 교육 등 다양한 원인이 있지만, 소셜미디어 같은 온라인 소통의 증가에 따른 대면 커뮤니케이션의 감소에서도 그 원인을 찾을 수 있다. 온라인 소통시대에 인간은 이모티콘이 웃음을 대체하여, 웃음을 잃어버리는 커뮤니케이션 환경에 노출돼 있기 때문이다.

미디어 및 소통 환경의 악조건에도 불구하고 웃음은 정신과 육체에 중요한 커뮤니케이션 수단이다. 의학계의 연구결과에 따르면 웃을 때 사람은 중추신경계에서 신경전달 물질인 베타엔도르핀이 분비돼 기분이 좋아진다. 또한 웃음은 스트레스 호르몬 코르티졸의 레벨을 낮춰줘 스트레스를 해소시키고, 면역체계를 강화시켜 질병을 예방한다.

미국의 심리신경과학자 로버트 프로바인은 저서 〈웃음: 그에 대한 과학적 탐구〉에서 웃음의 전염반응은 즉각적이고 비자발적이며, 사람들 사이에 가장 직접적 소통인 뇌 대 뇌의 소통이라고 적고 있다. 미국의 심리학자 실반 톰킨스가 1960년대 개발한 안면 피드백 이론에 따르면 우리의 감정 체험은 얼굴 표정의 영향을 받으며, 표정을 통해 감정을 조절하거나 원하는 방향으로 이끌 수 있다고 한다. 달리 말하자면, 유머 같은 웃음의 소재가 없이 입꼬리를 올려주는 신체 움직임만으로도 우리 두뇌는 좋은 느낌을 유발하고 기분을 끌어 올릴 수 있다는 것이다.

고정화된 관념의 틀을 바꾸어 사건을 다른 관점에서 바라보고 새로운 의미를 부여하는 것을 ‘리프레이밍(reframing)’이라고 한다. 웃음을 대하는 관점에도 변화가 필요하지 않을까. 대행선사는 “어떤 생각이 나오든, 내 근본 마음자리에서 들고나는 줄 안다면, 허허 웃으며 나온 자리에 다시 되돌려 놓을 수가 있다”라면서 “웃어야 웃을 일이 생긴다”라고 설법하였다. ‘웃을 일이 없는데 어떻게 웃을 수 있나’라는 고정화된 관념을 ‘웃음을 통해 기쁨을 만들어 갈 수 있다’라는 새로운 관점으로 바꾸어보는 것도 하나의 리프레이밍이다. 웃음은 인간의 삶과 공존을 풍요롭게 하는 인간 커뮤니케이션의 중요한 요소이다. 개인과 공동체 속의 원활한 커뮤니케이션을 위하여 이제 잃어버린 웃음을 되찾아야 할 시간이다.



유응오의 문화 산책
⑰ 김시습의 ‘금오신화’

‘금오신화’ 읽는 여름밤

여름산의 수목(樹木)들을 보고 있으면 생명력 넘치는 짙은 녹음 때문인지 식물성을 버리고 동물성에 귀속된 것만 같다. 무더운 여름이 되면 필자는 매월당(梅月堂) 김시습(金時習)의 〈금오신화(金鰲新話)〉를 책장에서 꺼내서 읽는다.

〈금오신화〉가 중국의 〈전등신화〉의 영향을 받은 것은 분명한 사실이다. 하지만 주제적인 측면에서는 〈금오신화〉가 〈전등신화〉보다 심원하다고 할 수 있다. 가령, 같은 명혼(冥婚)이라는 소재를 차용해도 〈전등신화〉는 흥미를 유발하는 데 그치는 반면 〈금오신화〉는 삶과 죽음에 대해 진지하게 탐구하고 있다. 이는 김시습이 설잠(雪岑)이라는 법명을 지닌 승려였기에 가능한 일이 아니었을까?

김시습은 조선 전기의 학자이다. 5세에 세종에게 불려가 시를 지어 칭찬을 받은 것으로 전해지고 있다. 21세에 세조 찬립의 소식을 듣고서 승려가 됐다. 59세에 부여 무량사(無量寺)에서 〈묘법연화경〉 발문을 쓰고 일생을 마감했다. 세간과 출세간의 경계를 넘나들었던 김시습이었기에 스스로를 ‘방외인(方外人)’이라고 칭할 정도로 세상의 격식에서 자유로웠던 것이다.

〈금오신화〉에는 귀신과의 사랑 이야기, 선녀와의 만남, 저승 여행, 용궁 여행 등 비현실적인 작품들만 수록돼 있다. 지금의 관점에서 보면 일종의 판타지 문학이다. 흥미로운 사실은 작품 속 주인공들이 비현실세계에서 현실세계로 돌아온 뒤에도 일상적인 생활을 이어나가지 못한다는 점이다. 주인공들은 모두 죽거나 출세간의 길을 떠나 자취를 감춰버린다. 이처럼 김시습이 독자들을 인도하는 세계는 현실과 환상의 경계가 모호한 시공간이다.

필자가 〈금오신화〉에 실린 작품 중 가장 좋아하는 작품은 ‘이생규장전’이다. 이생과 최가의 처녀가 주고받는 연시(戀詩)는 서정의 결이 돋보인다. 이생이 처녀를 처음 본 것은 우연히 최가(家)의 담 안을 엿보면서이다. 담 안의 처녀를 엿보는 찰나 이생의 사랑은 시작되고, 처녀를 따라서 죽음으로써 이생의 사랑은 끝을 맺는다.

이생과 최가 처녀의 사랑이 그러했듯이, 김시습의 문학 역시 비극적 운명 앞에서 무릎 꿇지 않고 초연하게 생의 길을 걸어갔으므로 찰나에서 영겁으로 나아갈 수 있었는지도 모르겠다.

김시습이 〈금오신화〉를 통해서 독자들에게 말하고 싶었던 것은 무엇일까? 〈금오신화〉에는 이런 구절이 있다.

“귀(鬼)란 음(陰)의 영(靈)이고, 신(神)이라는 양(陽)의 영이다. 대개 귀와 신은 조화의 자취이고 이기(理氣)의 양능(良能)이다. 살아 있을 때는 사람이라고 하고, 죽은 뒤에는 귀신이라 하지만, 그 이치는 다르지 않다. 귀란 구부러진다는 뜻이요, 신이란 편다는 뜻이다. 신은 조화와 합치하는 까닭에 음양과 더불어 끝나고 시작되며 자취가 없다.”

허공에 일어났다가 사라지는 한조각 구름처럼 삶의 순간들은 인연(因緣)이 모였다가 흩어진다. 수꿀한 여름날의 녹음도 언젠가는 푸름을 버리고 낙엽이 되어서 뿌리로 돌아갈 것이다. 김시습이 말하고 싶었던 것은 삶도 죽음도 이르지 못하는 세계, 바로 원각(圓覺)이 아닐까? 〈소설가〉

社 說

녹색사찰, 환경보살로 가는 길

2018년 고양 금륜사로 시작된 불교환경연대의 ‘녹색사찰’이 5년여 만에 등록 50호 사찰을 돌파했다. 연평균 10개 사찰이 ‘녹색사찰’로 등록하는 추세로 그 증가세는 조금 더딜 수 있다. 하지만 사찰 사부대중의 환경인식 개선 효과만큼은 확실하다고 한다.

녹색사찰 50호의 주인공은 고양 법문사로 8월 16일 불교환경연대와의 협약을 통해 녹색사찰로 이름을 올렸다. 같은 날 저녁, 울산 황룡사가 울산불교환경연대와의 협약으로 녹색사찰 51호가 됐다.

2000년대 불교환경연대의 환경운동은 ‘이슈 파이팅’에 집중됐다. 물론, 빈그릇 운동과 생태방생 등 다양한 실천활동도 있었지만 큰 파장을 가져오지는 못했다. 2010년대 이후에는 더 이상 ‘이슈 파이팅’만으로는 환경 위기에 대처하기 어려워졌고, 대중적 환경운동으로 저변확대를 시작했다. 이를 통해 나타난 것인 ‘녹색사찰운동’이다.

녹색사찰 운동은 사찰 내부의 변화를 이끌었다는 후문이다. 고양 금륜사는 비닐을 쓰지 않기 위해 떡을 뻥튀기에 올려 나눠주기도 했고, 신도들에게 용기 지참을 공지했다.

불교환경연대가 추진하는 녹색사찰 운동은 사찰로 시작한 환경운동이 지역사회로 확산될 수 있도록 하는 것이다. 이를 위해 불교환경연대 지부를 늘려 지역단위 소통에 힘쓸 계획이라고 한다. 다만, 사찰들이 지역사회에 환경교육을 할 수 있는 통일된 교안 등을 불교환경연대에서 개발할 필요가 있다.

‘우보천리(牛步千里)’라는 말이 있다. 소의 걸음으로 천 리를 간다는 뜻이다. ‘녹색불교운동’은 느리지만 확실한 ‘녹색불교’로 가는 걸음걸음이다.

동국대, 합장 생활화 환영한다

합장(合掌)은 두 손을 모아 손바닥과 손바닥을 마주한 뒤 상대를 향해 인사하는 불교 특유의 인사법이다. 이는 불 · 법 · 승 삼보에 귀의함을 표하는 예법이자 흩어진 마음을 일심(一心)으로 모은다는 의미도 있다. 무엇보다 합장 인사는 상대방을 부처님으로 여기며 존중한다는 마음의 표현이며, 나와 남이 대립하는 일이 없이 하나의 진리 위에 있는 불제자라는 무언의 표시이다. 그렇기에 불교에서는 만남과 헤어짐, 기도와 예불에서 합장으로 시작해 합장으로 끝을 맺는 것이다.

동국대가 매달 11일을 합장데이로 정하고 합장 인사 생활화 캠페인을 전개한다는 반가운 소식이다. 건학 이념 구현을 위한 사업의 일환이라고도 한다.

‘합장데이’는 지난 5월 윤재웅 총장이 발표한 ‘동국 Meta Plan 120’의 중심 추진과제 중 건학이념 교육과 전법 생활화를 위한 캠페인이다. 합장인사를 동국인의 공식 일상 인사법으로 적극 도입하고 확대하자는 취지로 마련됐으며, 매달 11일을 합장데이로 선포했다.

지난 8월 11일에는 교내 정각원 법당에서 합장데이 캠페인 행사를 처음으로 개최하고 합장 인사의 의미를 공유했다.

교육기관의 인사법으로 불교 특유 예법을 행하는데 문제를 제기하려는 이들도 있을 것이다. 하지만, “우리가 합장을 하는 이유는 너와 내가 둘이 아니라는 의미이자 인사를 하는 당신을 부처님처럼 존경하고 존중하겠다는 의미 역시 지니고 있다”는 정각원장 진명 스님의 설명처럼 합장은 불교 예법이면서도 타인에 대한 존중을 보여주는 커뮤니케이션이다. 타인에 대한 배려가 상실되는 작금의 시대에 합장은 존중을 교육하는 중요한 교육이 될 수 있다. 합장데이로 인해 합장 인사가 동국대의 공식 인사법이 되길 기대해 본다.

현대불교 불교의 생활화 · 현대화 · 세계화 1994년 10월15일 창간
발행인 : 혜솔 스님 대표이사 : 혜도 스님 인쇄인 : 배성한
(우)03131 서울시 종로구 율곡로 6길 36, 606호 (운니동, 월드오피스텔) 대표전화(02)2004-8200 / 대표팩스(02)737-0698
편집국 02)2004-8257 회사홈 현불닷컴 www.hyunbul.com
광고국 (02)2004-8204 실시간 뉴스 현불뉴스 www.hyunbulnews.com
FAX (02)737-0698 쇼핑몰 마하몰 www.mahamall.co.kr
현대불교 지사안내
부 산 지 사 : 010-5640-8883 대 구 지 사 : 010-6780-9190
경 남 지 사 : 010-3860-7008 영 주 지 국 : 010-9373-3778
광주전남지사 : 010-2629-1508 전 북 지 사 : 010-8642-7733
구독신청 · 배달안내 (02)2004-8212 구독료 : 1개월 5천원
등록일:2007년 3월 9일 · 등록번호:서울다 07641(주간) 본지는 신문윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다

“신은 듯, 안 신은 듯 맨발같은 신발”
New 어싱 접지 슈즈
지구와 연결되는 EARTHing(접지) 효과
발볼 넓은 신발, 맨발 같은 신발
KSNS 적용 신발

어싱슈즈 블랙그레이

· 소 재 : 도전특수고무 밑창 적용 캔버스화
· 사이즈 : 225~293mm
· 특 징 : 발바닥으로 땅의 굴곡을 느낄 수 있는 접지기능
일반신발 대비 1/10 수준의 3mm 밑창 두께
특판가 : 65,000원 (무료배송)
어싱전용 양말 증정 (재고 여부에 따라 무압박 양말 증정)
Hit 수행화
특판가 : 45,000원 (무료배송)
(사은품 : 무압박 양말 증정)
· 색 상 : 그레이화이트 (밑창 흰색)
그레이블랙 (밑창 검정색)
· 사이즈 : 233~293mm
· 특 징 : 발 볼 부터 뒷굼치까지 제로드롭 형태
밑창 두께 3mm
맨발에 가까운 베어풋 디자인

주문은 마하몰! 1688-9099 / (02)732-1520 인터넷 주문은 www.mahamall.co.kr / 신한은행 100-036-429749 (예금주 : 현대불교신문사)